



WENN DER HAMMER FÄLLT

Während in Deutschland immer noch Debatten geführt werden, wie viel eine Flasche Wein kosten darf, werden auf internationalen Auktionen regelmäßig neue Rekorde aufgestellt. Doch wer kauft diese teuren Flaschen – und trinkt das überhaupt noch jemand? Ein Tag im legendären Auktionshaus Sotheby's in London

TEXT SEBASTIAN BORDTHÄUSER

G

„Gibt es höhere Gebote, anyone?“ Der Auktionssaal in der noblen Londoner Bond Street in Mayfair ist zum Bersten gefüllt, als ein Telefongebot aus Übersee eingeht. Es herrscht gespannte Stille unter den Journalisten, Bietern und Schaulustigen. „Zum Ersten, Zweiten und ...“ Der Hammer fällt keine 60 Sekunden nach Auktionsbeginn bei 38 000 Pfund Sterling.

Die Auktion an diesem sonnigen Tag wird von Jamie Ritchie, Worldwide Head of Sotheby's Wine, mit einem besonderen Highlight eröffnet: Die zweite Tranche von insgesamt 75 Kisten mit je fünf Jahrgängen des Premier Grand Cru Classé Mouton Rothschild kommen heute unter den Hammer. Das Château Mouton Rothschild hat die Schmuckschatullen in Zusammenarbeit mit dem Versailler Palast in Auktion gegeben, um mit dem Erlös dringende Renovierungsarbeiten in Versailles zu unterstützen. Catherine Pégard, Präsidentin des Palastes von Versailles und Philippe Sereys de Rothschild sind persönlich anwesend. Die erste Tranche wurde bereits Anfang April in Hongkong versteigert, die letzten 25 Kisten Anfang Mai in New York. Als besonderes Bonbon wird jeder Ersteigerer mit Begleitung zu einem exklusiven Gala-Dinner auf Versailles eingeladen, bei dem auch der legendäre 1945er-Jahrgang serviert werden wird. Ein Angebot, dass es in dieser Form wohl nicht wieder geben wird und das auch für ein Haus wie Sotheby's nicht alltäglich ist. „Wie viele Lots dürfen es sein?“, fragt Jamie Ritchie den ersten Bieter, einen anonymen nordamerikanischen Privatmann. „Nur eins? Schade, nehmen sie doch einfach

alle 25 Kisten und entern die Party mit 49 Kumpels. Das wär' doch eine Riesen-Sause!“

Sotheby's, 1744 in London gegründet, stieg als eines der ältesten Auktionshäuser der Welt 1970 erst relativ spät ins Weingeschäft ein. Der neue Zweig des multinationalen Unternehmens mit Geschäftssitz in New York wuchs schnell, dazu kam der Aufstieg des Weinkritikers Robert Parker und damit eine zunehmende Aufmerksamkeit für Spitzenweine Anfang der 80er-Jahre. New York stieg 1994 mit ins Weingeschäft ein, Hongkong folgte 2009. Was in London mit einer Auktion pro Quartal begonnen hat, entwickelte sich zum weltweit relevantesten Auktionshaus mit 28 Auktionen im letzten Jahr. Erst im Februar stellte eine Flasche 1945er Romanée Conti der Domaine Romanée-Conti (DRC) den neuen Weltrekord für die teuerste, jemals auf einer Auktion verkaufte Flasche Wein auf: 558 000 US-Dollar brachte eine von zwei Flaschen aus dem Privatkeller des burgundischen Winzers Robert Drouhin.

Doch wird eine Flasche für solche Summen überhaupt getrunken? Es scheint, als sei Wein vom Genuss zum Spekulationsobjekt verkommen. „Keinesfalls“, so Stephen Mould, Senior Director von Sotheby's Wein Europa. „Ein Großteil unserer Kunden nutzt die Auktionen, um rare Weine in trinkreifem Stadium zu erwerben und dann auch zu trinken. Der Anteil der Spekulanten ist erstaunlich niedrig.“

Die Stimmung im Saal ist ausgesprochen gelöst, während im Minutentakt Weine für Zehntausende Pfund über die Theke gehen wie Schälchen mit Erdnüssen in einem Pub. Ein Bieter nimmt gleich drei der raren Mouton-Kisten, begleitet von Szenenapplaus und Jamie Ritchies besten Wünschen für eine rauschende Party in Versailles. Die letzte Kiste geht für 22 000 Pfund Sterling über die Theke – alle Gebote zuzüglich 21 Prozent Käuferprämie und 20 Prozent Steuer und Versand. Nach den Versailler Kisten kehrt Normalität ein in den Auktionssaal und es folgen 616 weitere Lots.

DIE LETZTE KISTE GEHT FÜR 22 000 PFUND STERLING ÜBER DIE THEKE



Dank Live-Auktionen und Online-Geboten ist auch die Weinwelt noch enger zusammengedrückt. Der Wegfall der Einfuhrzölle in Hongkong im Jahr 2008 hat darüber hinaus einen höchst attraktiven Markt in Südostasien erschlossen. Wein ist das neue Statussymbol – weltweit, die Nachfrage scheint unstillbar. Der Bedarf wächst ungebrochen, doch die verfügbaren Mengen gereifter Weine werden immer kleiner. Es stellt sich die Frage, wo all der Wein letztlich herkommt. Das Monster will gefüttert werden. „Von den 28 Auktionen letztes Jahr bestanden 13 aus kompletten Kellern privater Sammler“, so Mould. „Diese werden entweder fragmentiert angeboten oder, wie im Falle des Kellers von Robert Drouhin ‚white glove‘, das heißt komplett, verkauft. Allein letztes Jahr gingen 161 000 Flaschen über die Theke und durchbrachen dabei erstmals die 100-Millionen-Dollar-Schallmauer – in einem Jahr.“

In einem Luxussegment, das seit Jahren von Fälschungen erschüttert wird, ist ein stabiles Team und des-

sen wasserfeste Expertise unverzichtbar, die Übernahme der Verantwortung für Herkunft und Güte der Weine ist die größte Verpflichtung des Auktionshauses. Die Lücke zwischen Produzenten und Höchstbietenden muss kredibel, transparent, nötigenfalls auch juristisch belastbar dokumentiert sein. „Die Herkunft der Weine bei Sotheby's ist absolut wasserdicht. Ein festes Team von über 20 langjährigen Mitarbeitern kümmert sich um Ankauf, Expertise und Schätzung der Flaschen. Mitarbeiterfluktuation gibt es so gut wie nicht“, erklärt Mould nicht ohne Stolz.

Die wahrscheinlich bekannteste Mitarbeiterin Sotheby's ist die internationale Koryphäe Serena Sutcliffe M.W. Sutcliffe machte 1976 als weltweit zweite Frau ihren Master of Wine im ersten Anlauf und war von 1991 bis 2015 als Worldwide Head of Wine für Sotheby's tätig. Seitdem hält sie den Titel des Honorary Chairman. Abgesehen von den sechs Telefonistinnen und Catherine Pégard ist sie eine der wenigen Frauen im Saal. Es scheint, als sei der ganze Weinzirkus eine reine Männerdomäne.

„Absolut“, schießt es blitzschnell aus Sutcliffe heraus. „Ich habe über 30 Jahre in diesem Business hinter mir und immer nur mit Männern zu tun. Männer produzieren, handeln und sammeln Weine. Witwen veräußern dann die Keller.“ Eine merkwürdige Gegebenheit, schließlich trinkt jeder gern Wein, nicht nur reiche alte Männer. „Völlig richtig“, pflichtet Sutcliffe mir bei, „doch nur bis zu einem bestimmten Punkt. Ab einem gewissen Preis verschiebt sich das Interesse, denn Frauen geben ihr Geld gern auch noch für Mode, Schuhe, Schmuck, Kosmetik oder sonst was aus. Alle außer mir wahrscheinlich – ich hasse shoppen und kaufe lieber eine gute Flasche statt eines neuen Pullovers.“

Dennoch hat die Zahl der Frauen im Weinbusiness stark zugenommen, kommt es mir vor, bis Sutcliffe mich rigoros unterbricht. „Moment! Nicht in meinem Job!“ Sotheby's hat unter ihrer Führung seit Mitte der 90er

für über 1,1 Milliarden Dollar Wein verkauft. Die Zahl der Absolventinnen des ehrwürdigen Institute of Masters of Wine ist seitdem auf rund 30 Prozent Frauen gestiegen. „Es gibt mehr Frauen in der Weinszene, das ist richtig. Aber nicht, wenn es ums Business geht, in entscheidenden Positionen wie bei Sotheby's. Sie finden Weinjournalistinnen wie Jancis Robinson, Dozentinnen oder Sommelieren, das waren vor 40 Jahren noch Ausnahmeerscheinungen. Damals fand man Frauen höchstens im Labor oder als Sekretärin. Heute führen Frauen Weingüter.“ Einfluss auf die Bieterstruktur habe dies jedoch nicht. Die Welt der feinen Weine bleibt also, wie Sportwagen, ein Hobby für reiche Männer.

Sutcliffes Karriere begann noch vor dem Aufstieg Robert Parkers. Bei einer so langen Zeitspanne an der Spitze des Weltmarkts liegt die Frage nach Trends folglich auf der Hand: „Wissen Sie, Größe entsteht aus Vertrauen, Qualität und Geschichte. Ohne diese Parameter bleibt alles ein Hype,

MÄNNER HANDELN UND SAMMELN WEINE. WITWEN VERÄUSSERN DANN DIE KELLER

und der interessiert unsere Kunden nicht. Trends spielen in unserem Business nicht die geringste Rolle.“

Sotheby's Kerngeschäft konzentriert sich seit jeher auf die großen Klassiker der Weinwelt: Bordeaux, Burgund, Rhône, Champagner, die Top-Italiener und -Spanier und seit dem Einstieg der USA ins Geschäft auch die großen Kalifornier. „Sherry,

Port und Madeira sind leider rückläufig, ebenso Sauternes“, ergänzt Sutcliffe und räumt ein, dass es innerhalb des klassischen Rahmens durchaus Marktverschiebungen gibt.

„Vor zehn Jahren hatte Bordeaux und speziell Château Lafite Rothschild in China einen enormen Boom. Damals konnte man die Chinesen bei Versteigerungen am anderen Ende der Telefonleitung Mah-Jongg spielen hören, das chinesische Domino. Die Auktionen fanden für sie ja immer zur nachtschlafenden Zeit statt.“ Diese Zeiten sind mittlerweile jedoch vorbei. „China hatte eine steile Lernkurve und man gibt nicht mehr wahllos diese immensen Summen aus. Der Bordeaux-Boom hat sich mittlerweile klar in Richtung Burgund verschoben.“

Unangefochtener Spitzenreiter ist Domaine Romanée-Conti (DRC), die bereits im sechsten aufeinanderfolgenden Jahr die Liste der gefragtesten Weine anführt und mehr Gebote als Château Pétrus, Latour und Lafite zusammen einbrachte. Burgund und Bordeaux machen mit 88 Prozent den Hauptumsatz Sotheby's aus. Die Nachfrage aus Asien steigt ungebremst und liegt im Vergleich zum Vorjahr bei 63 Prozent, wobei Hongkong, China und Taiwan die wichtigsten asiatischen Märkte sind. Sieben der zehn Höchstgebote der letzten New Yorker Auktion stammen aus Asien, die Londoner Höchstgebote kamen zur Hälfte aus Europa, zur anderen aus Nordamerika. In beiden Fällen waren alle Höchstbieter (mit Ausnahme eines Händlers) Privatleute.

Ein Grund für diese rasante Entwicklung sind die ungleichen Produktionsmengen. Sie lassen die globale Nachfrage, nicht nur in China, weiterhin steigen. Während Château Mouton-Rothschild jährlich rund 300 000 Flaschen Grand Cru Classé produziert, gibt es vom Romanée Conti der DRC nur 2000 bis 3000, deren Verteilung oben drein stark reglementiert ist. Hinzu kommen die Frühjahrsfröste der letzten Jahre, die die Erntemengen teilweise drastisch reduziert haben. Zu all den limitierenden Faktoren kommt noch ein Anteil von 32 Prozent Neukunden.

Ein offensichtlich großer Bordeaux wird für die Auktion poliert



Ein Ende der unstillbaren Nachfrage ist nicht in Sicht. Im Anschluss an den Domaine-Romanée-Conti-Rekord im Februar wurde eine Flasche 1926er Macallan Whisky für 843 200 Dollar versteigert und stellte den nächsten Rekord für die teuerste jemals bei Sotheby's versteigerte Spirituose auf. Inzwischen stellte man mit Jonny Fowle einen Spezialisten für das wachsende Spirits Department ein, denn auch dieser Markt ist wahnsinnig durstig. Die Schlacht der Superlative scheint gerade erst eröffnet.

Als ich nach den Interviews in den Auktionssaal zurückkehre, hat Stephen Mould den Hammer übernommen. Es herrscht gähnende Leere, die Gebote trudeln ausschließlich übers Te-

lefon oder online ein. Fernab der Superlative zeigt sich Sotheby's von seiner ungeschminkten Seite. Der Sternent Staub ist verschwunden, die Pralinen verteilt und Mould lässt sich ein Glas Wein einschenken. Professionell fährt er fort, als sei der Saal gefüllt wie noch vor zwei Stunden. Der Hammer fällt, eine Originalholzkiste mit zwölf Flaschen 2005 Leoville Barton ist für 847 Pfund ersteigert worden. Das entspricht etwa dem damaligen Ausgabepreis. Jetzt finden sich für jeden Weinliebhaber attraktive Flaschen zu vergleichsweise entspannten Preisen. Allein am Telefon oder in trauter Zweisamkeit mit dem Auktionator, einem Glas Rotwein, ohne Rekorde oder Presserummel – bis der ganz private Hammer fällt.

Der Erlös der Versailles-Kisten der Londoner Versteigerung wurde aufgrund des Brandes von Notre-Dame am Vortag umgewidmet für deren Wiederaufbau. Die Erlöse aus New York gehen nach Versailles. Der Gesamterlös aller 75 Kisten beträgt 2,7 Millionen Dollar.

Er versinnbildlicht die Leistung, die Sotheby's neben der profanen Auktion auszeichnet: Der besondere Luxus und das kleine Quäntchen Extra, das es sonst nicht zu kaufen gibt. Dass die fünf Jahrgänge der Versailler Kisten noch regulär am Markt verfügbar sind, spielt dabei keine Rolle. Es geht um das kleine Schlückchen 45er aus Rothschilds Keller, das für die meisten Menschen wahrscheinlich für immer außer Reichweite bleiben wird. ○